

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en octobre 2016

2,6 millions d'internautes ont visionné des vidéos de Cuisine et de Gastronomie

En octobre 2016, 34,2 millions d'individus âgés de 2 ans et plus ont regardé au moins une vidéo depuis leur écran d'ordinateur, soit plus d'un Français sur 2 (54,9%). Au quotidien, ils étaient 9,5 millions de vidéonautes.

Profitant, entre autres, des vacances de la Toussaint, les internautes sont 2,6 millions à avoir visionné des vidéos de Cuisine et de Gastronomie en octobre. Le dimanche est le jour privilégié pour consulter ces contenus : ils étaient 162 000 en moyenne chaque dimanche du mois d'octobre, soit 38 000 vidéonautes de plus que l'audience moyenne quotidienne de la sous-catégorie (124 000 vidéonautes uniques).

Les vidéos au format court sont particulièrement appréciées pour les contenus de Cuisine et Gastronomie. Chaque vidéonaute a consacré en moyenne 2 minutes et 12 secondes par vidéo ; c'est 1 minute et 28 secondes de moins que la moyenne du temps consacré par vidéo sur Ordinateur (3 minutes et 40 secondes).


En octobre 2016, Marmiton arrive en tête des sites de la sous-catégorie avec 1,3 million de vidéonautes uniques. Le podium est complété par cuisineAZ.com et 750g.com avec respectivement 831 000 et 395 000 vidéonautes uniques.

Top 3 des Brands Site-Supports de la sous-catégorie « Cuisine / Gastronomie » en octobre 2016

Rang	Brands Site-supports	Nombre de vidéonautes uniques mensuels
1	Marmiton	1 291 000
2	cuisineAZ.com	831 000
3	750g.com	395 000

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en octobre 2016


Le Top 15 des Brands Player les plus visitées en France

Rang	Brands Players 	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	Google/YouTube	26 573 000	1 628 339 000	75 243 000
2	Facebook	15 217 000	718 111 000	36 824 000
3	Dailymotion - TS	11 621 000	146 727 000	12 178 000
4	Digiteka - TS	7 601 000	43 816 000	1 242 000
5	MYTF1 - TS	4 649 000	44 009 000	12 067 000
6	France Televisions - TS	4 457 000	18 302 000	6 662 000
7	AlloCine - TS	3 369 000	19 310 000	385 000
8	Groupe Cerise	3 365 000	13 690 000	338 000
9	CCM Benchmark - TS	3 210 000	13 143 000	331 000
10	BFM TV - TS	3 155 000	16 521 000	2 106 000
11	auFeminin - T	2 447 000	4 244 000	250 000
12	Tele Loisirs	2 429 000	13 044 000	517 000
13	6play - TS	2 405 000	16 932 000	5 740 000
14	Twitter	2 059 000	30 619 000	539 000
15	You Watch	1 522 000	18 669 000	5 714 000

T : acteur dont le périmètre est en partie taggué et dont les usages site-centric sont en partie calés

TS : acteur dont le périmètre est entièrement taggué et dont les usages site-centric sont entièrement calés (TS pour Taggué 100% Site-Centric)

Le Top 15 des Brands Site-Support les plus visitées en France

Rang	Brands Sites-Supports 	Vidéonautes uniques par mois	Vidéos vues par mois	Temps total passé par mois en heures
1	YouTube	23 042 000	1 476 989 000	69 116 000
2	Facebook	15 855 000	738 702 000	37 734 000
3	Dailymotion	3 959 000	34 574 000	2 982 000
4	AlloCine	3 392 000	19 404 000	402 000
5	MYTF1	3 268 000	36 423 000	11 056 000
6	Orange	3 249 000	32 487 000	3 727 000
7	France Televisions	2 387 000	12 082 000	5 840 000
8	Tele Loisirs	2 320 000	13 424 000	484 000
9	BFM TV	2 038 000	12 870 000	2 012 000
10	MSN	1 979 000	17 707 000	664 000
11	franceinfo	1 907 000	4 703 000	526 000
12	Gentside	1 813 000	6 119 000	142 000
13	Yahoo	1 729 000	119 196 000	3 117 000
14	Ohmymag.com	1 570 000	6 568 000	167 000
15	Google	1 564 000	6 209 000	390 000

La brand Site-Support **VEVO on YouTube** est comprise dans la brand Site-Support YouTube.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Audience Vidéo Ordinateur en France en octobre 2016



Définitions et méthodologie

Brands Player : Agrégation de l'audience du ou des player(s) vidéo d'un même diffuseur quel que soit le site sur lequel il est diffusé.

Brands Site-Support : Agrégation de l'audience des pages d'un site sur lesquelles des vidéos ont été vues, quel que soit le player sur lequel est jouée la vidéo.

Vidéonautes uniques par mois : Nombre total d'individus ayant regardé au moins une vidéo sur leur écran d'ordinateur au cours du mois, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même site-support ou le même player plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Vidéos vues par mois : Nombre de vidéos vues par l'ensemble des internautes sur une brand.

Temps total passé par mois : Nombre d'heures passées par l'ensemble des internautes sur une brand.

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings

Le Panel France de Mediametrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail.

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel

Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure Médiamétrie-eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible, par catégorie de sites, et par lieu de connexion : au domicile, sur le lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion (domicile, travail et autres lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :

Benoit David

01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Laure Osmanian-Molinero

01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr